



Державний торговельно-економічний
університет
Вінницький торговельно-економічний
інститут



Бібліотека

Маркетинг в епоху цифрового розвитку



Рекомендаційний список літератури

Інформаційно-бібліографічний відділ

Вінниця 2024



«Цифровий маркетинг - це не мистецтво пошуку розумних способів позбутися того, що ви робите. Це мистецтво створення справжньої цінності клієнта»

Філін Котлер

В умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів digital-маркетинг стає вирішальним фактором виживання підприємств, особливо в умовах війни на ринку. Ринок маркетингу серйозно скоротився через нестабільність і невизначеність, проте розвиток цифрового маркетингу зазнає меншого впливу порівняно з традиційними каналами комунікації, зокрема ТБ. У цьому контексті можна стверджувати, що розвиток цифрового маркетингу буде динамічним, особливо після закінчення війни. Цифрові технології в маркетингу відіграють ключову роль у залученні та збереженні клієнтів, створенні персоналізованого контенту та підвищенні ефективності рекламних кампаній. Основні технології маркетингу майбутнього включають в себе штучний інтелект, машинне навчання, автоматизацію процесів, аналітику даних, великі дані (Big Data) та інші. Ці технології дозволяють підприємствам більш точно аналізувати та розуміти свою цільову аудиторію, забезпечувати персоналізований підхід до клієнтів, оптимізувати процеси реклами, прогнозувати тенденції та адаптуватися до змін на ринку. Таким чином, digital-маркетинг в умовах цифрової трансформації сучасних бізнеспроцесів є необхідним і ефективним інструментом, що допомагає підприємствам виживати і процвітати в складних умовах, а його розвиток прогнозується як динамічний та перспективний.

Незважаючи на виклики, спричинені військовими діями, український бізнес демонструє зростаючу готовність до впровадження цифрового маркетингу. Використання цифрового маркетингу дозволяє ефективніше взаємодіяти зі споживачами, знижувати витрати та покращувати результативність бізнесу. Такі підходи сприяють побудові стійких взаємовідносин з клієнтами, що сприяє збільшенню прибутковості та конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі.

Застосування цифрового маркетингу для бізнесу передбачає послідовний процес, який інтегрує цілі, розуміє поведінку споживачів, розробляє релевантний контент, відстежує відгуки клієнтів, а також постійно оцінює та коригує стратегії на основі аналізу даних. Сучасні технології цифрового маркетингу та управління відіграють вирішальну роль на кожному етапі, надаючи цінні інструменти та аналітику для ефективного впровадження та оптимізації стратегій цифрового маркетингу.

1. **Bondarenko O.,** Knights M. Sponsorship marketing of european countries in the conditions of martial law in Ukraine. *Scientia Fructuosa*. 2022. № 6. С. 4-18.
2. **Dovhan Yu.** Innovation and Investment Activity of the Oil and Fat Enterprises as an Object of Marketing Management. *Modern paradigms in the development of the National and World economy : the materials of the International Scientific Conference*. October, 30-31, 2020. Chişinău : Universitatea de Stat din Moldova. Chişinău, 2020. P. 267-273. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26309.pdf>.
3. **Dovhan Yu.** *Marketing management of enterprises and its tools* : тези доп. IX Ukrainian-Polish Scientific Dialogues : International Scientific Conference, Khmelnytskyi, 20-23 October 2021. Khmelnytskyi, 2021. P. 55-57. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27366.pdf>.
4. **Dovhan Yu.** Marketing management of enterprises and its tools. Actual problems of modern science : monograph. Edited by Matiukh S., Skyba M., Musial J., Polishchuk O. Bydgoszcz, 2021. P. 246-254. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27365.pdf>.
5. **Dovhan Yu.** Resources and technologies of marketing management of the enterprise. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2021. № 27, Т. 3. С. 96-102. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27367.pdf>.
6. **Gonchar O.,** Polishchuk I., Khachatryan V., Ostapchuk O., Bitiy A., Gvozdecka I. Marketing Provision Of Realization Of Entrepreneurship Potential As The Basis Of Enterprise`s Competitiveness. *Advanced computer information technologies* : 10th International Conference, Deggendorf, Germany, 16-18 Sept., 2020. Deggendorf, Germany, 2020. P. 647-650. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=29064.pdf>.
7. **Gonchar O.,** Zamkova N., Polishchuk I.,Dovhan Yu., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine: *Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages*. *European Journal of Sustainable Development*. 2020. Vol. 9, Iss. 4. P. 261-272. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=25524.pdf>.
8. **Kovinko O. M.** As prerequisite program marketing international business diversification of agricultural enterprises of Ukraine = Програма маркетингу як передумова міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності аграрних підприємств України. *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), Ч. 1. С. 185-194. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26602.pdf>.
9. **Polishchuk I. I.,** Dovhan Yu. V. Basic marketing management tools = Базовий маркетинговий інструментарій управління. *Modern Engineering and Innovative Technologies*. 2023. Iss. 27, P. 2. С. 61-65. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=28985.pdf>.

10. **Polishchuk I. I.**, Hromova O. Y., Dovhan Y. V. Logistics and marketing support of the global supply chain. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік* : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 жовт. 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ, 2021. С. 333–336.

11. **Polishchuk I.**, Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2022. Vol. 2 (43). P. 228–237. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27580.pdf>.

12. **Tanasiichuk A. M.**, Hromova O., Shevchuk A. Scientific-methodical approaches to the application of international marketing research in the process of marketing management activity of enterprises in international markets. Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension : collective monograph edited by M. Bezpartochnyi. Sofia : VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship, 2019. P. 42-55. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26590.pdf>.

13. **Tanasiichuk A. M.**, Kovalchuk S., Hromova O., Hryhorenko I., Fedortsova O. Evaluation of the Convergence of International Markets for Agricultural Enterprises of Ukraine under International Diversification Conditions. *European Journal of Sustainable Development*. 2020. Vol. 9, № 2. P. 467-487. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26576.pdf>.

14. **Tanasiichuk A. M.**, Sirenko S. Shapovalova Y. Structural set of the concept of marketing management of the international activity of the enterprise. Theoretical and methodological approaches to the formation of a modern system of national and international enterprises, organizations and institutions` development : collective Scientific Monograph, 2020. P. 2-7. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26585.pdf>.

15. **Tanasiichuk A.**, Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Yu., Sokoliuk K. Influence of Transformational Economic Processes on Marketing Management by an International Diversified Conglomerate Enterprise. *European Journal of Sustainable Development*. 2019. Vol. 8. Iss. 3. P. 448-454. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=25525.pdf>.

16. **Tanasiichuk A.**, Hromova O., Yaremenko O., Kovalchuk S., Sirenko S. Analysis of Methodological Approaches Towards Assessing Conditions of International Commodity Markets Convergence. *European Journal of Sustainable Development*. 2021. Vol. 10, № 3. P. 214-230. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27271.pdf>.

17. **Tanasiichuk A.**, Hromova O., Holovchuk Y., Serednytska L., Shevchuk A. Market Researches which Are Conducted for Introduction of New Product on the Market. *European Journal of Sustainable Development*. 2020. Vol. 9, №. 2. P. 525-531. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26505.pdf>.

18. **Yaromich S. A., Beketova O. A., Bryeyeva Y. M.** Marketing management in the service sector: business philosophy, range of tools and modern trends. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 22. С. 59–66. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/484/471>.

19. **Абрамович І., Квасова М.** Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1345/1299>.

20. **Аксамітна О.** Тренди маркетингу. *Академія гостинності*. 2021. № 5-6. С. 44–47.

21. **Алданькова Г. В.** Методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингових комунікацій торговельних мереж. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/67.pdf.

22. **Аль-Тмейзі А. Ю.** Глобальний маркетинг: проблеми та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/58.pdf.

23. **Аль-Тмейзі А. Ю.** Тенденції розвитку сучасного маркетингу. *Ефективна економіка*. 2019. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/47.pdf.

24. **Антипцева О. Ю., Гусаров О. О., Дуднєва Ю. Е.** Маркетинг як ключовий складник управління інтеграцією споживачів в інноваційний процес на підприємстві. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 44–50. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/9.pdf.

25. **Атюшкіна В. В.** Методи зниження маркетингових ризиків страхової компанії. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Т. 4, № 1. С. 73–87. URL: <https://www.mdt-opu.com.ua/files/download/2020/mdt4.1.2020-30.03.pdf>.

26. **Бабаченко Л. В., Вербицька А. В., Лисенко І. В.** Товарна інноваційна політика як складова маркетингової діяльності компаній на ринках B2C та B2B. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 36–40. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/8.pdf.

27. **Багорка М. О., Кадирус І. Г.** Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. *Держава та регіони*. 2021. № 1. С. 42–47. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/1_2021/9.pdf.

28. **Багорка М. О., Кадирус І. Г., Миронова О. О.** Організація збутової діяльності та системи маркетингових досліджень на підприємстві. *Бізнес-навігатор*. 2022. № 2. С. 54–61. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2022/69_2022/9.pdf.

29. **Багорка М., Юрченко Н.** Розробка шляхів адаптації сільськогосподарських підприємств до змін у маркетинговому конкурентному

середовищі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2287/2208>.

30. **Багорка М.,** Юрченко Н. Формування системи маркетингового управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2023. № 26. С. 32–37. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/564/548>.

31. **Балабанова Л. В.,** Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 612 с. (Школа маркетингового менеджменту).

32. **Балабанова Л. В.,** Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 632 с.

33. **Балабуха К. Є.** Вплив фінансових ринків, що розвиваються, на маркетингові програми: міжнародний аспект. *Проблеми економіки*. 2021. № 3. С. 4–9. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2021-3_0-pages-4_9.pdf.

34. **Балук Н. Р.,** Бойчук І. В., Дайновський Ю. А. Маркетингова оцінка ефективності рекламної діяльності в соціальних мережах. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 66. С. 93–98. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/66_2022/19.pdf.

35. **Банщиків П.,** Паздрій В., Ващенко І. Можливості використання інтернет-технологій у маркетинговій діяльності компаній. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2018. № 6. С. 20–31.

36. **Бахчиванжи Л. А.** Напрями удосконалення маркетингового менеджменту агропромислових підприємств. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/141/135>.

37. **Безус Р. М.,** Крючко Л. С., Перерва К. А. Маркетинговий менеджмент у SMM. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 66–71. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2021/12.pdf.

38. **Беквіт Г.** Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг / пер. з англ. С. Івахненкова. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 192 с.

39. **Березюк В. О.,** Донець А. Д. Маркетингові комунікації в інтернет-середовищі: сутність та проблематика інтеграції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 1. С. 120–127. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/293/188>.

40. **Беспалов В.,** Губерник А., Обнявко О. Маркетинговий аудит як інструмент оцінки маркетингового потенціалу підприємства. *Економіст*. 2021. № 9. С. 68–69.

41. **Белкін І. В.** Професійна підготовка менеджера маркетингових комунікацій на основі ділових ігор. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 15. С. 31–37. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15_2021/7.pdf.
42. **Бєлова Т. Г., Фільченкова Я. К.** Застосування концепції love-маркетингу у діяльності підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2022. № 1. С. 32–36. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2022/68_2022/7.pdf.
43. **Білик І. І., Подарин В. Р.** Pinterest як ефективний інструмент просування неприбуткових організацій в умовах тенденції маркетингу у соціальних медіа. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 52. С. 71–76. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/52_2021/14.pdf.
44. **Біловодська О. А., Гвоздецька М. Ю.** Дослідження сутності каналів при управлінні дистрибуцією у сфері маркетингу та логістики. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/43.pdf.
45. **Білявська Ю.** Бірюзові організації: майбутнє менеджменту та маркетингу в контексті еволюції поколінь. *Маркетинг и реклама*. 2018. № 11-12. С. 44–49.
46. **Благополучна А., Штангєєва Н., Ляховська Н.** Вплив аромамаркетингу на поведінку споживачів. *Економічні горизонти*. 2022. № 4(22). С. 4–11. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/267012/263752>.
47. **Благун І. І., Гриневич Л. В.** Маркетинговий аналіз креативної індустрії в контексті їх впливу на післявоєнний розвиток територій. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 67. С. 51–56. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/67_2022/11.pdf.
48. **Благун І. І., Гриневич Л. В.** Маркетинговий підхід у дослідженні привабливості ринку землі в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 71. С. 48–52. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/11.pdf.
49. **Бовкун О. А.** Концептуальні основи стратегічного планування маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. *Бізнес-навігатор*. 2019. № 1. С. 54–58. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2019/50_2019/12.pdf.
50. **Богоявленський О. В., Попова І. В.** Маркетингові стратегії у розвитку фітнес-індустрії. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 32. С. 89–95. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/15.pdf.
51. **Божок А.** Тенденції цифрового маркетингу: інструменти залучення споживачів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 1. С. 27–32. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/235944>.
52. **Бондаренко В. М.** Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності. *Логістика: проблеми и решения*. 2019. № 5. С. 38–44.

53. **Бондаренко В. М.,** Ковінько О. М., Соколюк К. Ю. Маркетинг інвестицій регіонального розвитку : монографія. Електронні дані. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. URL: http://10.0.2.150/docs/2019/34_2019/Marketynh_investytsii_rehion_rozv..pdf.

54. **Бондаренко В. М.,** Поліщук І. І., Шарко В. В. Маркетинговий менеджмент. : навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26483.pdf>.

55. **Бондаренко В.,** Гонтару Я. Формування моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1247/1202>.

56. **Бондаренко О. С.** Маркетинг в умовах розвитку демократичного суспільства. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік* : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 жовт. 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ, 2021. С. 310–313.

57. **Бондарчук В. В.,** Шиманська К. В., Бондарчук Л. С. Використання інфлюенс-маркетингу для просування товару в соціальних мережах. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 4(98). С. 49–53. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/249604>.

58. **Борисова Т.,** Васишин В. Нейродизайн як інноваційний метод розвитку маркетингової діяльності підприємств. *Економіст*. 2021. № 9. С. 84–85.

59. **Бородкіна Н. О.** Маркетинг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2022. 362 с.

60. **Босовська М.,** Бовш Л., Охріменко А. Цифрова трансформація технологій маркетингу. *Вісник КНТЕУ*. 2022. № 4. С. 52–71.

61. **Буга Н.,** Пелехацький Д. Перспективи використання інноваційних технологій в маркетинговій діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1654/1591>.

62. **Бугріменко Р. М.** Перспективи адаптації маркетингових інноваційних рішень в системі роздрібних торгових підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 41. С. 68–73. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/41_2020_ukr/13.pdf.

63. **Бур'янов В.** Тривіальні маркетингові маніпуляції, шляхи їх усунення та чому обізнаність споживача необхідна маркетингологам. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 2. С. 16–32.

64. **Бутенко В.,** Тоюнда А. Формування маркетингової стратегії підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 24. С. 61–67. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/521/507>.

65. **Бутенко Н. В.** Формування маркетингової стратегії підприємств корпоративного сектору на засадах партнерських відносин. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2019/10.pdf.

66. **Васильченко Л. С.** Вплив маркетингового комунікаційного середовища підприємства на формування поведінки споживача. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 9. С. 66–69. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/205/191>.

67. **Вачевський М. В.,** Мадзігон В. М., Прокопенко І. Ф., Левченко Г. Є., Вачевський О. М., Примаченко Н. М. Промисловий маркетинг: формування професійних компетенцій у майбутніх маркетингологів: підручник / за ред. М. В. Вачевського. Київ: Кондор, 2021. 486 с.

68. **Виговський В. Г.,** Виговська О. А., Царук І. М., Ткачук Г. Ю., Саннікова С. Б. Ефективність маркетингових бізнес-комунікацій на логістичних підприємствах. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2(104). С. 37–44. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/284934>.

69. **Виноградова О. В.,** Євтушенко Н. О. Маркетингові інновації і телекомунікації: конвергенція послуг. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 1. С. 26–32.

70. **Виноградова О. В.,** Євтушенко Н. О., Кононенко Є. Є. Стратегічне планування на підприємстві: маркетинговий аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 4. С. 29–37.

71. **Витвицька О.,** Суворова С., Корюгін, А Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1518/1460>.

72. **Вікарчук О.,** Пащенко О., Юшкевич О. Сучасна модель маркетинг-менеджменту виробничого підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/968/926>.

73. **Вовчанська О.,** Іванова Л. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1293/1247>.

74. **Волченко Н.,** Волченко Є. До питання правового регулювання маркетингової діяльності малого бізнесу за умов євроінтеграції. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2454/2373>.

75. **Гадецька З.** Оцінка ефективності застосування сучасних інтернет-комунікацій та технологій цифрового маркетингу для оптимізації роботи підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1482/1428>.

76. Гегедош К. В. Економічна філософія транскордонного маркетингу: становлення і розвиток в умовах цифрової інтеграції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 1. С. 45–63. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/167/149>.

77. Герчанівська С. В., Замора О. І. Особливості маркетингу на підприємствах туристичної галузі. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 35. С. 169–173. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/35_2019_ukr/27.pdf.

78. Гліненко Л. К., Дайновський Ю. А. Цифрові маркетингові комунікації в Україні в аспекті готовності споживачів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 1. С. 6–20. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/164/145>.

79. Гнатишин Л. Б., Прокопишин О. С., Поверляк Т. І. Маркетинговий супровід комерціалізації інноваційної продукції підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 447–453. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/78.pdf.

80. Гнилякевич-Проць І., Зінькова С. Тенденції та тренди маркетингового аудиту веб-ресурсів. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/799/766>.

81. Гнітецький Є. В., Лебеденко С. О., Лимар О. С. Маркетинг у метапросторі. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7. № 2. С. 119–136. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/306/200>.

82. Голишева Є. Інструменти інноваційного маркетингу для підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/845/812>.

83. Голишева Є. О. Організаційно-економічний механізм упровадження інноваційного маркетингу в систему управління аграрного підприємства для підвищення конкурентоспроможності. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 62. С. 61–67. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/13.pdf.

84. Голованова М. Фотобізнес в об'єктиві маркетингу . Сучасні маркетингові підходи просування фотобізнесу в Instagram. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 6. С. 61–72.

85. Голованова М., Каменєва З., Ружаленко О. Зміни маркетингової стратегії ресторанного бізнесу в умовах пандемії. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 2. С. 39–52.

86. Головчук Ю. О., Дідик В. В. Ефективність використання інноваційного маркетингу та ступінь довіри до нього потенційних споживачів. *Економіка та суспільство*. 2019. № 20. С. 157–162. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2604-golovchuk-yu-o-didik-v-v>.

87. **Головчук Ю. О.,** Довгань Ю. В. Маркетингові концепції організації бізнесу в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50. Ч. 1. С. 132-136. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26306.pdf>.

88. **Гончар О.,** Поліщук І. Інтеграційні фактори сучасності як передумови розвитку маркетингового потенціалу. *Журнал європейської економіки*. 2019. № 2. С. 154–166.

89. **Горбик В.** Адаптація маркетингової складової функціонування механізму державного управління природно-економічним потенціалом регіонів. *Аспекти публічного управління*. 2019. № 1-2. С. 27–36.

90. **Горячко К. К.** Аналіз мікросередовища організацій сфери послуг у стратегічному та оперативному маркетинг-менеджменті. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/87.pdf.

91. **Графська О. І.,** Головчук Ю. О., Кулик О. М. Інноваційні інструменти маркетингових стратегій розвитку туризму на регіональному рівні. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 71. С. 207–209. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/38.pdf.

92. **Графська О.,** Головчук Ю., Никига О. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1346/1300>.

93. **Гринько Т. В.,** Гвініашвілі Т. З., Кириченко А. С. Стратегічні підходи до управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/6.pdf.

94. **Громова О. Є.** Стратегічний маркетинг : опорний конспект лекцій. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 104 с. + Електронна копія.

95. **Гудзь О. І.,** Мусійовська О. Б. Дослідження основних положень брендингу у контексті маркетингової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 164–170. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/31.pdf.

96. **Гузар У. Є.,** Тихоновський М. Ю. Аспекти формування комплексу маркетингу на підприємствах сфери гостинності в сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 192–197. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/34.pdf.

97. **Гулик Т.,** Найдовська А., Забігай В. Складові системи адаптації маркетингової стратегії. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/864/829>.

98. **Гуменюк А.,** Гарматюк О. Територіальний маркетинг як напрям підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/731/703>.

99. **Гуріна Н.,** Бестюк А. Формування маркетингової політики підприємства як основа вдосконалення системи збуту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/675/648>.

100. **Данілова Л. Л.,** Марчук А. В. Інноваційний маркетинг як запорука успіху стартап-проекту. *Економіка та суспільство*. 2019. № 20. С. 183–188. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/20_ukr/26.pdf.

101. **Дейнега О. В.,** Дейнега І. О. Вплив маркетингових інструментів на формування інвестиційної привабливості об'єднаних територіальних громад. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 55. С. 98–103. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/55_2021/18.pdf.

102. **Дейнега О. В.,** Дейнега І. О. Імплементация маркетингової концепції в діяльність органів публічного управління. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 52. С. 83–89. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/52_2021/16.pdf.

103. **Дем'яненко Н. В.,** Басюк Т. С., Захаров І. О. Брендінг енергоефективності підприємництва як маркетинговий хід та спосіб підвищення результативності діяльності підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 60. С. 69–73. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/60_2021/15.pdf.

104. **Дем'яненко Н. В.,** Дмитренко А. О., Мушта Б. П. Agtech-стартапи у сфері маркетингу та збуту. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 48. С. 118–123. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/48_2020_ukr/25.pdf.

105. **Джинджоян В. В.** Застосування елементів проектного маркетингового менеджменту для управління збутом туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2018/36.pdf.

106. **Дибчук Л. В.,** Пчелянська Г. О. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. *Проблеми економіки*. 2019. № 3. С. 54–60. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2019-3_0-pages-54_60.pdf.

107. **Дмитрук О. В.** Формування комплексу маркетингу як актуальна проблема медичних неприбуткових підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 160–164. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/28.pdf.

108. **Довгань Л. І.** Формування англомовної комунікативної компетенції майбутніх маркетингологів у закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*. 2020.

№ 20, Т. 1. С. 116-119. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26239.pdf>.

109. **Довгань Ю.** Формування маркетингово-логістичної взаємодії в управлінні підприємствами. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 верес., 2021 р. / гол. ред. Н. Л. Замкова. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 107–113. URL: http://10.0.2.150/docs/Zbirnyku_konferents/2021/14-16.09.21%203.pdf.

110. **Довгань Ю. В.** Інноваційно-інвестиційна складова маркетингового управління підприємствами харчової галузі. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : зб. наук. пр. IX Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 23 квіт. 2020 р. Вінниця, 2020. Вип. 95. С. 28-36. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26304.pdf>.

111. **Довгань Ю. В.** Інтеграція логістики та маркетингу в системі управління підприємством. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. X Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 06-07 жовт. 2022 р. Вінниця, 2022. Ч. 3. С. 108–114. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=28452.pdf>.

112. **Довгань Ю. В.** Маркетингова та логістична складові діяльності олійно-жирових підприємств. *Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики* : матер. VIII Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. з міжнар. участю, м. Харків, 12 листоп. 2020 р. Харків, 2020. С. 50-51. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26308.pdf>.

113. **Довгань Ю. В.** Маркетинговий підхід до управління олійно-жировим підприємством. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 3 черв. 2020 р. Вінниця, 2020. Ч. 3. С. 128-136. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26300.pdf>.

114. **Довгань Ю. В.** Маркетингові підходи до управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент* : матер. I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 12-13 лют. 2020 р. Запоріжжя, 2020. Ч. 2. С. 148-151. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26303.pdf>.

115. **Довгань Ю. В.** Маркетингові складові інноваційно-інвестиційної активності виробників високоолеїнових рослинних олій. *Проблеми і перспективи інноваційного розвитку аграрного сектора економіки в умовах інтеграційних процесів* : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 25 жовт. 2018 р. Харків, 2018. С. 188-190. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26332.pdf>.

116. **Довгань Ю. В.** Сучасні маркетингові концепції в управлінні олійно-жировими підприємствами. *Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток* : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ, м. Харків, 15 жовт. 2020 р. Харків, 2020. С. 97-100. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26307.pdf>.

117. **Довгань Ю. В.** Формування маркетингової стратегії просування інноваційних рослинних харчових олій. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 126-131. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26305.pdf>.

118. **Довгань Ю. В.,** Середницька Л. П. Маркетинг сталого розвитку: досвід ЄС = Sustainable development marketing: EU experience. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 49. 8 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=28986.pdf>.

119. **Дячков Д. В.,** Плескач О. Ю., Бурик В. В. Сутність поняття сучасного цифрового маркетингу та його етимологічних особливостей. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 70. С. 88–93. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70_2023/18.pdf.

120. **Євтушенко Н. О.** Маркетинговий аудит в структурі послуг консалтингових компаній України. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 71. С. 121–127. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/24.pdf.

121. **Єкель Г. В.** Економічний механізм маркетингу виробництва екологічнобезпечної продукції. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 16. С. 58–62. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/404/391>.

122. **Єпіфанова І. М.** Маркетинговий аудит: сутність та механізм реалізації. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Т. 4, № 4. С. 71–81. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/121/110>.

123. **Жалінська І. В.** Основні напрями досліджень теоретико-методологічних засад маркетингу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 4(102). С. 18–27. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/272244>.

124. **Жалінська І. В.** Стан та тенденції сучасних досліджень з маркетингу: бібліометричний огляд. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 1. С. 29–42. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/286/181>.

125. **Забаштанська Т.** Діджиталізація маркетингових інструментів підприємств спортивно-оздоровчої сфери. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 2. С. 115–123. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/244123>.

126. **Забаштанська Т.,** Ремньова Л. Особливості застосування маркетингових інструментів у сфері розважальних послуг на початкових стадіях реалізації проєкту в умовах цифровізації. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. № 3. С. 48–57. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/276599/271504>.

127. **Загородна О. М.,** Серединська В. М., Панасюк В. М. Аналітичне забезпечення маркетингової програми фінансової установи. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 502–508. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/78.pdf.

128. **Затверджено перший професійний стандарт з маркетингу.** *Маркетинг в Україні*. 2021. № 5. С. 5–27.

129. **Зеліч В. В.,** Матвеєва М. П., Гнилокурченко М. С. Система маркетингового стратегічного менеджменту управління діяльністю підприємства та аналіз її ефективності. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2021/95.pdf.

130. **Зінькова С. В.,** Гнилякевич-Проць І. З. Комплексний digital-маркетинговий аудит як інструмент аналізу діяльності компанії в Інтернет-середовищі. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 5. С. 53–59. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2020/61_2020/10.pdf.

131. **Зіньковська Д. В.** Теоретико-методичні аспекти проведення маркетингової діагностики внутрішнього стану підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 278–283. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/56.pdf>.

132. **Зозульов О. В.,** Царьова Т. О. Система маркетингових моделей товару. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 3. С. 6–17. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/142/128>.

133. **Зоріна О. І.,** Фадеєнко В. Ю. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємств в сучасних умовах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 284–287. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/57.pdf>.

134. **Іванова І. В.,** Боровик Т. М., Залозна Т. Г., Руденко А. Ю. Використання штучного інтелекту в маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 2. С. 32–42. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/300/194>.

135. **Іванова Л. О.** Маркетинг готельного і ресторанного господарства : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2019. 214 с.

136. **Іванова Л. О.,** Вовчанська О. М. Ринок e-commerce: маркетинговий аналіз здобутків та напрямів розвитку. *Бізнес-навігатор*. 2022. № 2. С. 28–40. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2022/69_2022/6.pdf.

137. **Іванова Л. О.,** Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2019. 508 с.

138. **Ігнатенко М. М.,** Рунчева Н. В., Бритвенко А. С. Здійснення маркетингових і виробничих стратегій аграрних підприємств на основі концентрації й раціонального використання земельних ресурсів.

Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 30. С. 139–145. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/23.pdf.

139. **Ігнатенко Р. В.** Екологічні тренди сучасної маркетингової діяльності. *Економіка, фінанси, право*. 2022. № 2. С. 25–29.

140. **Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С.** Застосування методів і інструментів маркетингу для розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 2. С. 14–26. URL: <http://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/136/121>.

141. **Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С.** Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повоєнний період: національний і міжнародний аспекти. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 4. С. 47–60. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/276/175>.

142. **Ільченко Т. В.** Маркетингова стратегія діяльності аграрних підприємств в умовах діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/346/331>.

143. **Ільченко Т., Помазан Л.** Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1736/1672>.

144. **Іляш О. І., Смоляр Л. Г., Дученко М. М., Джадан І. М.** Стратегічні пріоритети державної політики стимулювання промислово-технологічного розвитку національної економіки України на засадах маркетингу в цілях забезпечення економічної безпеки. *Проблеми економіки*. 2022. № 1. С. 41–50. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2022-1_0-pages-41_50.pdf.

145. **Каневська І., Хадарцев О.** Наукові підходи до ланцюжка створення цінності освітніх послуг з використанням інструментів маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1326/1281>.

146. **Касян С.** Маркетингове забезпечення просування інновацій у сфері енергозбереження і відповідального споживання. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 3. С. 36–38.

147. **Касян С. Я., Куроян Г. Т.** Маркетингове інноваційне і технологічне забезпечення розвитку онлайн освіти в Україні та світі. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/68.pdf.

148. **Катаєв А. В., Оберемок С. В.** Фактори цінової чутливості споживачів: результати систематизації та верифікації актуальності в рамках концепції маркетингу довіри. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/65.pdf.

149. **Кашперська А.** Маркетинговий аудит: суть та місце в умовах інноваційної реальності розвитку економіки. *Економіст*. 2021. № 11. С. 43–44.
150. **Кириченко Н. В.,** Алещенко Л. О. Сучасний стан та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в епоху пандемії covid-19. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2021/101.pdf.
151. **Кириченко Н.,** Жосан Г. Характеристики маркетингового середовища підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/959/917>.
152. **Кислюк Л. В.** Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. 2-е вид. Київ : Кондор, 2023. 172 с.
153. **Кіріліна М.** Індекси та рейтинги як маркетинговий інструмент визначення конкурентоспроможності системи управління. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1516/1458>.
154. **Князева О. В.,** Мардар М. Р., Мунтян І. В. Нові стратегії некомерційного (неприбуткового) маркетингу: сутність та особливості застосування. *Бізнес-навігатор*. 2021. № 4. С. 7–11. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2021/65_2021/3.pdf.
155. **Коваль О.** Концепція формування маркетингової стратегії аграрних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1421/1368>.
156. **Ковальчук С. В.,** Карпенко В. Л., Фесенко Т. С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2022. 174 с.
157. **Ковальчук С. В.,** Мартинова Л. Б., Танасійчук А. М. Формування маркетингової стратегії закладів вищої освіти. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 2. С. 215-221. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=28256.pdf>.
158. **Копич І. М.,** Сороківський В. М., Стефаняк В. І. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2021. 376 с. (Вища освіта в Україні).
159. **Коренюк П.,** Коренюк Л., Литвін О. Проблеми захисту персональних даних в системі фінансового маркетингу. *Світ фінансів*. 2021. № 3. С. 91–100.
160. **Корж М.,** Сова В., Фоміченко І. Маркетингова стратегія виходу українських ІТ-компаній на світовий ринок. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2022. № 6. С. 37–54.
161. **Корж М.,** Чуб І. Ресурсорієнтована модель управління маркетингом виробничого підприємства. *Товари і ринки*. 2017. Т. 2, № 2. С. 40–51.
162. **Корман І. І.,** Лементовська В. А., Семенда О. В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. *Економіка та держава*. 2022. № 4. С. 62–68. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2022/12.pdf.

163. **Корнієв В. Л.,** Кулішов В. В., Одягайло Б. М., Олійник І. В., Сазонец О. М. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / за заг. ред. В. В. Кулішова. Львів : Магнолія 2006, 2019. 384 с.
164. **Коростова І. О.** Big data в маркетингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2021/74.pdf.
165. **Корягіна С. В.,** Корягін М. В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 320 с.
166. **Косар Н. С.,** Бодьо С. І. Дослідження розвитку Інтернет-маркетингу в умовах пандемії. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 51. С. 154–159. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/51_2021_ukr/26.pdf.
167. **Косар Н.,** Кузьо Н., Мамчин М. Активізація маркетингової діяльності комерційних банків України у формуванні їх конкурентних переваг на ринку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2201/2127>.
168. **Косар О. В.** Особливості маркетингової діяльності мережі підприємств ресторанного господарства. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2019/152.pdf.
169. **Костянчук К. В.** Розвиток інтернет-маркетингу в умовах індустрії 4.0. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 4. С. 61–70. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/277/176>.
170. **Котлер Ф.** Десять смертних гріхів маркетингу / пер. з англ. Н. Палій. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 160 с.
171. **Красняк О. П.,** Довгань Ю. В. Маркетингова оцінка напрямів інвестиційно-інноваційної активності підприємств олійно-жирового підкомплексу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 12. С. 42-46. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26336.pdf>.
172. **Красняк О. П.,** Довгань Ю. В. Маркетингові складові формування та функціонування інфраструктури регіонального ринку цукру. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 12/1. С. 30-34. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26346.pdf>.
173. **Красовська О. Ю.** Комплексна оцінка маркетингової діяльності на підприємствах сфери послуг. *Економіка та держава*. 2021. № 10. С. 43–46. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2021/9.pdf.
174. **Красовська О. Ю.** Методи досліджень ефективності маркетингових інструментів. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 133–136. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2020/26.pdf.
175. **Красовська О. Ю.** Методичні підходи до аналізу результатів маркетингового дослідження. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 8. С. 29–33. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2021/7.pdf.

176. **Красовська О. Ю.** Організаційно-методичне забезпечення аудиту маркетингової діяльності. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2021/94.pdf.
177. **Красовська О. Ю.** Основні наукові підходи до визначення видів маркетингових активів підприємства. *Економіка & держава*. 2017. № 12. С. 89–92.
178. **Красовська О. Ю.** Підвищення рівня сучасної маркетингової діяльності на професійній основі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 19. С. 22–26. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/19_2021/6.pdf.
179. **Красовська О. Ю.** Удосконалення форм і методів організації управління маркетинговою діяльністю як умова забезпечення ділової активності підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 105–109. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2021/20.pdf.
180. **Крижко О. В.,** Совершенна І. О., Саянна Я. Ю. Ейдос маркетингової стратегії підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. № 1. С. 149–155.
181. **Кузик О. В.** Маркетингові комунікації у диференціюванні й позиціонуванні українського агробізнесу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 3. С. 6–14. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/258/160>.
182. **Кузик О. В.** Стратегічна роль виставок і ярмарків у маркетинговій діяльності агропідприємств України. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 2. С. 43–55. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/301/195>.
183. **Кузьо Н. Є.,** Косар Н. С. Інтернет-торгівля в Україні: маркетинговий аспект. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 3. С. 52–64. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/263/165>.
184. **Курбацька Л. М.,** Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 187–190. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2020/33.pdf.
185. **Куруджи Ю.,** Холодний Г., Холодна Ю. Використання цифрового маркетингу для розвитку туристичної сфери в умовах сучасних викликів. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2202/2128>.
186. **Лабенська Ю. Д.,** Тимошик В. Ю. Роль маркетингу в підвищенні інвестиційної привабливості індустріального регіону. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2020. №1(28). С. 79–87. URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2020/1/10.pdf>.
187. **Лазоренко Л. В.** Управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 3. С. 13–17.

188. **Левченко І., Даніленко А.** Вплив digital-маркетингу на розвиток інтернет-магазинів. *Економічні горизонти*. 2023. № 1(23). С. 70–79. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/273361/270419>.

189. **Легенчук С. Ф., Завалій Т. О.** Big Data в маркетинговій аналітиці: можливості та проблеми використання. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2023. № 1. С. 52–58. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/view/277778>.

190. **Леонова С., Теплюк С.** Інтеграція маркетингу і логістики в управлінні ризиками підприємства з використанням методів економіко-математичного моделювання. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/846/813>.

191. **Лепьохіна О. В., Степанова І. В.** Сучасні маркетингові підходи у зовнішньоекономічній діяльності підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 5. С. 83–87. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2020/61_2020/15.pdf.

192. **Лилик І.** Ринок маркетингових досліджень в Україні 2018 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 2. С. 4–23.

193. **Липчук В. В., Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Янишин Я. С.** Маркетинг : навч. посіб. 2-ге вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2023. 456 с.

194. **Липчук В. В., Погребняк Л. В.** Маркетингові дослідження : посібник. 2-ге вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2019. 348 с.

195. **Липчук В. В., Погребняк Л. В.** Маркетингові дослідження : навч. посіб. 2-ге вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2023. 348 с.

196. **Липчук В., Дудяк Р., Бугіль С., Янишин Я.** Маркетинг : навч. посіб. / за заг. ред. В. В. Липчука. 2-ге вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2019. 456 с.

197. **Литвиненко С. Л., Банар К. В., Попова Ю. М., Косюк В. В.** Оцінювання маркетингового ефекту від інтегрування вітчизняних логістичних операторів у глобальний ринок. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/87.pdf.

198. **Литвиненко С. Л., Трегубов О. С., Войцеховський В. С., Семенда О. В., Попова Ю. М., Кайдакова Т. В.** Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг : підручник / за заг. ред. С. Л. Литвиненка, Т. В. Кайдакової. Київ : Кондор, 2022. 280 с.

199. **Литовченко І. Л., Пилипчук В. П.** Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 183 с.

200. **Лихолат С. М., Верескля М. Р., Мельник А. О.** Маркетингова діяльність замовника у процесі організації публічних закупівель. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/72.pdf.

201. **Лихолат С. М.,** Верескля М. Р., Ющак Б. В. Product placement як сучасний маркетинговий інструмент. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2021/74.pdf.
202. **Лихолат С.,** Грицюк, Т. Формування комплексу маркетинг-міксу у банківській сфері. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1599/1538>.
203. **Лищенко М.** Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2289/2210>.
204. **Лишко С.** Формування інтегрованих комунікацій як основи маркетингових стратегій сучасного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/707/680>.
205. **Лісений Є.,** Данилейко Є. Сучасні методи реклами продукції як інструменти маркетингу на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/800/767>.
206. **Логоша Р.,** Кричковський В., Белкін І. Маркетингові стратегії розвитку підприємств овочепродуктового підкомплексу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1607/1544>.
207. **Ложачевська О. М.,** Орлова-Курилова О. В., Макаренко Н. О., Рубежанська В. О. Моделювання адаптивного управління інноваційними підприємствами в умовах трансформації логістичних та маркетингових стратегій взаємодії держави та бізнесу, діджиталізації та сталого розвитку. *Економіка та держава*. 2021. № 11. С. 9–13. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2021/4.pdf.
208. **Луцій О.,** Бондаренко В. Механізм забезпечення інноваційної діяльності підприємств аграрного сектору на засадах маркетингу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. № 4. С. 144–155. URL: <http://preu.stu.cn.ua/article/view/277036/271835>.
209. **Ляденко Т. В.** Аналіз стану реалізації організаційно-економічного механізму маркетингу залізородних підприємств України. *Економіка & держава*. 2019. № 5. С. 111–117.
210. **Мазуркевич І.** Дослідження структури маркетингового середовища підприємств туристичного бізнесу. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 верес., 2021 р. / гол. ред. Н. Л. Замкова. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 201–210. URL: http://10.0.2.150/docs/Zbirnyky_konferents/2021/14-16.09.21%203.pdf.
211. **Макаренко Н.,** Онопрієнко І. Статистичні методи в маркетинговому аудиті та контролі аграрного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022.

- № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1710/1645>.
212. **Макарова В. В.** Маркетингова різновекторність у формуванні цінності і ціни сільськогосподарських угідь. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/60.pdf.
213. **Македон В. В.,** Михайленко О. Г. Нові кон'юнктурні тенденції та маркетингові особливості розвитку міжнародного лізингового бізнесу. *Бізнес-навігатор*. 2022. № 1. С. 14–22. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2022/68_2022/4.pdf.
214. **Мамчин М. М.,** Кузьо Н. Є., Косар Н. С. Маркетингові можливості розвитку вітчизняних виробників побутової техніки. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/74.pdf.
215. **Мамчин М.,** Яричевська Я. Маркетинговий погляд на тероризм. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1923/1851>.
216. **Мандюк Н. Л.** Застосування маркетингових механізмів в управлінні розвитком туристичних територій. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 31. С. 442–446. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/68.pdf.
217. **Мандюк Н. Л.,** Масюк Ю. О. Маркетингове управління та формування конкурентних переваг готельно-ресторанних підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 246–250. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/46.pdf.
218. **Мандюк Н. Л.,** Масюк Ю. О. Управління та організація маркетингової діяльності туристичного підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 130–133. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/24.pdf.
219. **Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення** : навч. посіб. / за ред. С. В. Смерічевської. 3-тє вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2023. 548 с.
220. **Маркетинг на ринку продуктів швидкого приготування** : монографія / [авт.: Є. В. Ромат, Т. Л. Міт'яєва, Л. О. Попова, О. М. Прядко, І. Ю. Тарасов] : за ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2018. 208 с.
221. **Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст** : монографія / за заг. ред. Н. В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
222. **Маркетологи про маркетингові дослідження в умовах пандемії.** *Маркетинг в Україні*. 2021. № 1. С. 45–54.
223. **Маркова С. В.,** Головань О. О., Коваленко В. С. Маркетингові інструменти інноваційного розвитку вітчизняного промислового підприємства у сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 51. С. 188–194. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/51_2021_ukr/31.pdf.

224. **Мартиненко А. В.**, Перерва П. Г. Формування маркетингових стратегій для інноваційних товарів на окремих стадіях їх життєвого циклу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 1. С. 6–16. URL: <http://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/126/113>.

225. **Марухно П. А.**, Могилова А. Ю. Маркетинг facebook: наслідки для організацій. *Бізнес-навігатор*. 2021. № 6. С. 91–94. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2021/67_2021/18.pdf.

226. **Марушева О. А.** Деякі аспекти систем маркетингу в управлінні соціально-економічними відносинами у будівництві. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2018. № 12. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/26.pdf.

227. **Марчук О. О.** Маркетингова стратегія залучення та утримання споживачів. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 29. С. 243–246. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/29_2019_ukr/38.pdf.

228. **Мельниченко Д. О.** Інформаційний маркетинг у прогнозуванні появи нових технологій. 2020. №1. С. 270–281. URL: <http://rinek.onu.edu.ua/article/view/198369/201453>.

229. **Метіль Т. К.** Концептуальні підходи до організаційно-економічного механізму формування регіонального комплексу маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 200–208. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/32.pdf.

230. **Міжнародний маркетинг** : навч. посіб. / В. Л. Корнієв та ін. Львів : Магнолія 2006, 2023. 384 с.

231. **Міжнародний маркетинг** : підручник / [авт.: А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Л. П. Кудирко, Н. О. Іксарова, О. В. Кам'янецька, К. І. Ладиченко, В. В. Тронько, Д. В. Сай, О. С. Головачова, О. В. Зубко, К. С. Пугачевська, І. М. Севрук] : за ред.: А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. Київ : КНТЕУ, 2018. 448 с.

232. **Міжнародний маркетинг** : підручник / [Я. С. Ларіна, О. І. Бабічева, Р. І. Буряк, В. А. Рафальська, А. В. Рябчик, О. М. Барілович, Ю. М. Гальчинська, В. М. Фомішина, Н. Є. Федорова]. Київ : Гельветика, 2018. 452 с.

233. **Міжнародний маркетинг = International marketing** : опорний конспект лекцій / розроб. А. Танасійчук. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 196 с. + Електронна копія.

234. **Мірясов Ю. О.** Ефект маркетингу та його вплив на вподобання споживача в моделі оптимального вибору. *Проблеми економіки*. 2019. № 1. С. 134–140. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2019-1_0-pages-134_140.pdf.

235. Міщенко Д., Хурдей В., Даценко В., Дронова Т. Маркетинговий механізм у сфері митних послуг. *Економічні горизонти*. 2023. № 2(24). С. 77–88. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/279476/275463>.

236. Москаленко В. А., Рябченко І. С. Інновації як об'єкт маркетингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/98.pdf.

237. Муштай В. А. Використання матричних методів в оцінюванні організації маркетингового планування діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 51. С. 195–199. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/51_2021_ukr/32.pdf.

238. Муштай В. А. Оцінка маркетингової інформації та її трансформація у маркетингову програму підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 40. С. 264–269. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/49.pdf.

239. Назаренко С., Носань Н. Маркетингове коригування споживчого попиту в Україні: вимір маркетингових показників. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/775/743>.

240. Наскільки необхідні маркетингологам професійні стандарти та чому. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 4. С. 65–72.

241. Неміш Ю. Сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрових трансформацій. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1488/1434>.

242. Непокупна Т. А., Шевченко Б. О., Шурик Н. В., Бубнова В. Ю. Емпіричне дослідження гендерних установок як джерело маркетингової інформації про економічну поведінку. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/77.pdf.

243. Нехай В. Ко-маркетингова методологія у стратегії збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2198/2124>.

244. Нікішина О., Тараканов М. Маркетинговий вимір механізмів логістичної взаємодії у ланцюгах товарних ринків. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т.13, № 2. С. 39–49. URL: <https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/2039/2244>.

245. Нікішина О., Тараканов М., Зеркіна О. Інструменти державного маркетингу, як складова селективного регулювання товарних ринків в умовах нестабільності. *Економіка харчової промисловості*. 2022. Т. 14, № 3. С. 44–57. URL: <https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/2361/2554>.

246. **Новикова І., Баранова О.** Формування системи управління маркетинговими ризиками інноваційної діяльності підприємств в сучасних умовах. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 6. С. 28–35.

247. **Овсієнко Н. В.** Особливості маркетингової діяльності підприємств будівельної галузі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/347/332>.

248. **Окландер І. М.** Класичний підхід до теорії маркетингових досліджень в період доцифрової економіки. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 3. С. 65–79. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/264/166>.

249. **Окландер М. А.** Маркетинг як економічна наука. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Т. 4, № 4. С. 62–70. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/120/109>.

250. **Олексюк Г. В., Хром'як Й. Я., Попадинець Н. М.** Маркетингова стратегія як інструмент реалізації стратегічного плану розвитку територіальних громад. *Економіка України*. 2022. № 7. С. 67–88.

251. **Олійник А. С., Тургеля Ю. С., Соколовська Ю. Є.** Виробничо-маркетингові стратегії антикризового управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 19-20. С. 110–116. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/19-20_2020/19.pdf.

252. **Омельяненко В. А., Омеляненко О. М., Артюхова Н. О.** Маркетинг цифрових інновацій у контексті сталого розвитку регіону. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 72–77. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2021/14.pdf.

253. **Онищук Н. В., Мазуркевич І. О.** Стратегічний маркетинг в туризмі : навч. посіб. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. 260 с. + Електронна копія.

254. **Ороховська Л. А., Сібрук В. Л., Сібрук А. В.** Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері інфлюенс-маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 67. С. 191–195. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/67_2022/35.pdf.

255. **Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів.** Стриманий оптимізм: висновки 2021. Прогноз на 2022. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 6. С. 47–51.

256. **Павловська І.** Архітектоніка маркетингового дослідження для вирішення проблем продовольчої безпеки. *Економічні горизонти*. 2023. № 1(23). С. 121–132. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/275080/270424>.

257. **Павловська І.** Маркетинговий вплив в системі державного регулювання стійким розвитком системи продовольчого забезпечення. *Економічні горизонти*. 2023. № 2(24). С. 136–148. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/282358/276565>.

258. **Палеха Ю. І., Палеха О. Ю.** Маркетинг інформаційних продуктів і послуг : навч. посібник. Київ : Ліра-К, 2022. 480 с.

259. Палка І. М. Роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/34.pdf.
260. Панченко М. О. Формування маркетингової цінової політики підприємства в сучасних умовах господарювання. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 3. С. 45–51. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/262/164>.
261. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. стер. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 326 с.
262. Паславська В., Орлова О., Басараб О. Маркетингові стратегії готельно-туристичного бізнесу в умовах пандемії коронавірусу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/851/818>.
263. Пахуча Е. В. Роль маркетингу у плодоовочевому підкомплексі України. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 5. С. 111–116. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2020/61_2020/20.pdf.
264. Пачева Н. Особливості організації маркетингового менеджменту на фармацевтичних підприємствах. *Економічні горизонти*. 2023. № 1(23). С. 133–141. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/274309/271061>.
265. Пачева Н., Лугай Л. Стратегічний маркетинг у воєнний та післявоєнний час. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2540/2460>.
266. Пачева Н., Подзігун С. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1279/1233>.
267. Пащенко О. П., Виговський В. Г., Завалій Т. О. Застосування сучасних інструментів маркетингу як фундамент підвищення ефективності менеджменту організації. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 63. С. 77–81. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/63_2022/17.pdf.
268. Пащенко О. П., Тарасюк О. В. Управління змінами в системі маркетинг-менеджменту діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання відповідно до концепції «Індустрія 5.0». *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 1(103). С. 49–55. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/275753>.
269. Перезовова І. В., Морозова О. С. Порівняльна маркетингова експертиза нафтопродуктів. *Бізнес-навігатор*. 2022. № 2. С. 95–100. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2022/69_2022/16.pdf.
270. Перезовова І., Малинка О. Нейромаркетинг: як краще зрозуміти покупця. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 2. С. 40–44.

271. **Перерва П. Г., Маслак М. В., Кобелева А. В.** Методологічні засади маркетингового забезпечення комерціалізації інтелектуальної власності. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 2. С. 38–48. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/198/155>.
272. **Петрова О.** Зміни підходів в управлінні маркетинговими активностями. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 1. С. 55–59.
273. **Петряєва З. Ф.** Маркетингові підходи до розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2020/55.pdf.
274. **Пилипчук В. П.** Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності промислових підприємств та його ефективність. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 1. С. 140–148. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/295/190>.
275. **Подзігун С. М., Пачева Н. О.** SMM і маркетинг під час війни. *Економічні горизонти*. 2022. № 4(22). С. 25–33. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/267016/264146>.
276. **Поліщук І. І.** Концепція логістизації в системі управління маркетинговим потенціалом підприємства. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. VI Міжнар. наук.-практ. конф. М. Вінниця, 17-19 верес. 2018 р. Вінниця, 2018. Ч. 2. С. 43–51.
277. **Поліщук І. І.** Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством. : монографія. Вінниця : ВРВ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 354 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27594.pdf>.
278. **Поліщук І. І.** Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5, Т. 2. С. 41-44. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27370.pdf>.
279. **Поліщук І. І.** Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2016. Вип. 2. С. 97-102. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26369.pdf>.
280. **Поліщук І. І., Гончар О. І., Довгань Ю. В.** Особливості моніторингу зовнішнього середовища на засадах маркетингового аналізу. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2020. Vol. 8, № 4. С. 60-63. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26366.pdf>.
281. **Поліщук І. І., Громова О. Є., Довгань Ю. В.** Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2020. № 1 (65). С. 43-50. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26299.pdf>.

282. **Поліщук І. І.,** Довгань Ю. В. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. Серія: Управління та адміністрування. № 2(73). 2020. С. 93-100. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26364.pdf>.

283. **Поліщук І. І.,** Довгань Ю. В. Стратегія підприємства та вплив маркетингу на її формування. *Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку: колективна монографія*. Роздільна : Лерадрук, 2020. С. 347-360. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27377.pdf>.

284. **Поліщук І. І.,** Довгань Ю. В., Боровська О. Г. Взаємодія маркетингу та логістики в управлінні підприємством. *Scientific Letters of International Academic Society of Michal Baludansky*. Slovakia. 2021. Vol. 9, № 2. С. 20-23. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27360.pdf>.

285. **Поліщук І. І.,** Коновал В. В., Середницька Л. П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку. : монографія. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 284 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26372.pdf>.

286. **Поліщук І. І.,** Середницька Л. П. Управління продажем та мерчандайзинг = Sales management and merchandising : опорний конспект лекцій. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 196 с. + Електронна копія.

287. **Поліщук С. В.,** Вітченко Є. В. Маркетинговий менеджмент на фоні підприємницької діяльності в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/176/169>.

288. **Пономаренко І. В.,** Скубій О. А. Особливості використання цифрового маркетингу та штучного інтелекту на ринку сільськогосподарської продукції. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 74–77. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/15.pdf.

289. **Пономаренко І.,** Битик О. Використання рекомендаційних систем для оптимізації маркетингової стратегії компанії. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 19. С. 34–39. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/449/436>.

290. **Попадинець Н. М.** Сутність маркетингової діяльності в системі організації забезпечення споживчими товарами внутрішнього ринку. *Регіональна економіка*. 2019. № 4. С. 127–136.

291. **Постоян Т.,** Черненко І. Маркетингові стратегії у контексті конкурентоспроможності закладу вищої освіти. *Економіка харчової промисловості*. 2020. Т. 12, № 3. С. 51–59. URL: <https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/1816/2003>.

292. **Поясник Г. В.** Методика забезпечення процесу формування маркетингової стратегії розвитку підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2021. № 10. С. 13–15.

293. **Проскурніна Н.** Штучний інтелект у маркетинговій діяльності. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 4. С. 129–140.

294. **Пчелянська Г. О.,** Головчук Ю. О., Дибчук Л. В. Стратегічні напрями маркетингової діяльності бізнесу в умовах транспарентності середовища. *Економіка та держава*. 2021. № 3. С. 88–93. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2021/17.pdf.

295. **Радчук І.** Реінкарнація маркетингу або революція в сервісі. Частина перша. *Академія гостинності*. 2021. № 5-6. С. 54–59.

296. **Разінькова М. Ю.** Етапи проведення маркетингового планування в ресторанному бізнесі. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 62–66. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2020/13.pdf.

297. **Райко Д. В.,** Подрез О. І., Черепанова В. О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством. *Проблеми економіки*. 2022. № 3. С. 128–136. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2022-3_0-pages-128_136.pdf.

298. **Раменська С. Є.,** Чернявська А. Р., Котовська Н. В. Маркетинг соціальних мереж: сучасний виклик. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 1. С. 43–51. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/287/182>.

299. **Ратушна Ю. Л.** Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15-16. С. 111–115. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/20.pdf.

300. **Ращенко А. В.** Сутність та тенденції розвитку екологічного маркетингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/88.pdf.

301. **Резнікова Н. В.,** Рубцова М. Ю., Іващенко О. А. Особливості міжнародної маркетингової стратегії високотехнологічних компаній в умовах глобального інноваційного суперництва. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/17.pdf.

302. **Резнікова Н. В.,** Рубцова М. Ю., Іващенко О. А. Перспективи розвитку стратегій міжнародного маркетингу в умовах глобальної конвергенції. *Ефективна економіка*. 2019. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/12.pdf.

303. **Ремезь Ю. Б.** Роль соціально відповідального маркетингу в діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 53. С. 79–84. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/53_2021/17.pdf.

304. **Рибіна О. І.**, Летуновська Н. Є., Кужьор А. Соціально-відповідальний маркетинг як спосіб підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 1. С. 86–96. URL: https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_44/Olena_I_Rybina_Nataliia_E_Letunovska_Aleksandra_KuziorSocially_responsible_marketing_as_a_way_to_increase_the_competitive.pdf.

305. **Робул Ю. В.** Динаміка розвитку маркетингових систем, розвиток інновацій і завдання маркетингової політики. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 9. С. 43–48. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/201/187>.

306. **Робул Ю. В.** Напрями розвитку цифрових маркетингових систем на макрорівні в умовах цифрової трансформації економіки. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 3. С. 72–82. URL: <http://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/150/135>.

307. **Романчук Л. Д.** Методичний базис оцінки ефективності маркетингової комунікаційної стратегії курортно-рекреаційного підприємства. *Економіка & держава*. 2018. № 8. С. 119–122.

308. **Романчукевич М. Й.**, Білецька І. М. Особливості використання сучасних інструментів маркетингу в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/78.pdf.

309. **Ромат Є. В.**, Гаврилечко Ю. В. Сучасні тенденції конвергенції публічного управління та маркетингу. *Маркетинг и реклама*. 2018. № 11-12. С. 50–52.

310. **Рубцова О. С.** Особливості обліку витрат на маркетинг підприємств будівельної галузі. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/107.pdf.

311. **Руденко О., Сергієнко О.** Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/786/753>.

312. **Рулінська О. В.** Особливості SMM як інструмента страхового маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 59. С. 110–115. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/59_2021/22.pdf.

313. **Рябенька М.** Маркетингові стратегії підприємств ресторанного бізнесу як основа забезпечення його конкурентоспроможності. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 верес., 2021 р. / гол. ред. Н. Л. Замкова. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 239–245. URL: http://10.0.2.150/docs/Zbirnyky_konferents/2021/14-16.09.21%203.pdf.

314. **Рябенька М. О.,** Постова В. В. Формування комплексної стратегії маркетингу готельних послуг. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/112.pdf.
315. **Савельєв М. С.** Стратегії вибору інструментів інтернет-маркетингу в залежності від бізнес-моделей підприємства. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 4. С. 88–102. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/159/144>.
316. **Савіна С. С.** Тенденції розвитку сучасних концепцій маркетингу. *Ефективна економіка*. 2018. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/37.pdf.
317. **Савченко С.,** Аблязова Н., Сукач О. Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 17. С. 46–49. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/422/409>.
318. **Сак Т. В.** Маркетинг стартапу: особливості, цифрові інструменти та канали просування. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 1. С. 107–119. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/292/187>.
319. **Сакун Г. О.,** Станкевич І. В., Яцкевич І. В. Сучасні підходи до визначення ефективності інвестицій в маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 78–81. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/16.pdf.
320. **Сало Я.** Вірусний маркетинг: принципи та особливості використання. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1233/1188>.
321. **Салькова І. Ю.,** Довгань Ю. В. Маркетингове дослідження глобального попиту на продукцію підприємств олійно-жирового підкомплексу. *Інтернаука*. 2018. № 10, Т. 3. С. 27-30. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26335.pdf>.
322. **Самчук В.** Подієвий маркетинг у стратегії просування бренду. *Вісник КНТЕУ*. 2022. № 5. С. 113–123.
323. **Сардак С. Е.,** Хурдей В. Д. Митний маркетинг: інституціоналізація, потенціал, особливості. *Економіка та держава*. 2021. № 3. С. 18–22. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2021/5.pdf.
324. **Северин М. А.** Аналіз комунікаційно-аналітичного забезпечення маркетингу вітчизняних підприємств в умовах інформатизації. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 139–145. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2021/26.pdf.
325. **Семенова Л. Ю.,** Даценко В. В., Хурдей В. Д. Маркетинг 4.0. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/62.pdf.

326. **Середницька Л.** Особливості використання інноваційних технологій в маркетинговій діяльності. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 верес., 2021 р. / гол. ред. Н. Л. Замкова. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 128–134. URL: http://10.0.2.150/docs/Zbirnyky_konferents/2021/14-16.09.21%203.pdf.

327. **Сєвонькаєва О.** Сучасні технології маркетингових комунікацій. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 2. С. 45–50.

328. **Сібрук В., Сібрук А.** Еволюція холистичного маркетингу: основні аспекти та сучасний стан. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2265/2188>.

329. **Сіренко Р. В.** Впровадження сучасних мережевих маркетингових технологій в державне управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 1. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/1_2022/72.pdf.

330. **Скригун Н. П., Розумей С. Б., Молін Н. О.** Онлайн та офлайн інструменти в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 2. С. 49–61. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/199/156>.

331. **Смерічевська С. В., Жаболенко М. В., Чернишева С. В.** Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення : навч. посіб. / за ред. С. В. Смерічевської. 3-тє вид., стер. Львів : Магнолія 2006, 2019. 547 с.

332. **Смерічевський С. Ф., Зацаринін С. А.** Маркетингова стратегія просування інноваційних продуктів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 1. С. 21–31. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/165/147>.

333. **Соболева-Терещенко О. А., Антонова В. О.** Оцінка ефективності маркетингової діяльності в контексті розбудови програм лояльності покупців. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2019/54.pdf.

334. **Сокол П. М., Ігнатова М. С., Півоварова О. Б.** Економічні засади ефективної маркетингової діяльності виробничого підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 55. С. 132–137. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/55_2021/24.pdf.

335. **Соколова Л. В., Дюжев В. Г., Аль-Фахор Е. С.** Науково-методичне забезпечення оцінювання конкурентних переваг підприємств на засадах маркетингу у ризикованих умовах господарювання. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 73. С. 87–93. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/18.pdf.

336. **Соколюк К. Ю., Кручек О. А.** Корпоративна культура та етика спілкування як елемент комунікаційної політики маркетингу в системі

електронної торгівлі. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 41. С. 157–162. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/41_2020_ukr/28.pdf.

337. **Соколюк К. Ю.**, Ліпковська К. А., Березюк В. О. Значення і вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток банківського маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 225–229. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/36.pdf.

338. **Сохацька О.** Вплив маркетингу соціальних медіа на купівельну поведінку споживача: концептуальні аспекти. *Журнал європейської економіки*. 2019. № 2. С. 228–241.

339. **Сохецька А. В.** Визначальні напрями та особливості застосування маркетингу в електронній торгівлі розвинених країн світу. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11-1. С. 12–17. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/259/254>.

340. **Станіславик О. В.**, Коваленко О. М. Маркетинг як складник інноваційної діяльності підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2022. № 9. С. 24–27.

341. **Станкевич І. В.**, Поліщук І. І., Борисевич Є. Г. Розвиток маркетингових досліджень задоволеності вимог стейкхолдерів організації на засадах методичного інструментарію управління якістю. *Бізнес Інформ*. 2021. № 2. С. 336–345. <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27236.pdf>.

342. **Стратегічний маркетинг**: навч. посіб. / [авт.: Я. С. Ларіна, О. І. Бабічева, Л. В. Романова, Н. М. Антофій] ; за ред. Я. С. Ларіної. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 364 с.

343. **Стренковська А. Ю.**, Панченко М. О. Аналіз методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 1. С. 149–157. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/296/191>.

344. **Стрій Л. О.**, Чукурна О. П., Бондаренко О. М. Віртуальний маркетинг в комунікаціях. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 70. С. 27–32. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70_2023/7.pdf.

345. **Танасійчук А. М.** Міжнародний маркетинг = International marketing : опорний конспект лекцій. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 196 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27243.pdf>.

346. **Танасійчук А. М.**, Гуцало О. М. Маркетингові дослідження ринку приладдя для малювання. *Маркетинг в Україні*. Київ, 2020. № 1. С. 30–44. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27022.pdf>.

347. **Танасійчук А. М.**, Дерещук В. В., Кудинська О. С. Імплементация стратегії диверсифікації в маркетингових планах підприємств. *Інфраструктура*

ринку. 2019. Вип. 32. С. 231–238. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/36.pdf.

348. **Танасійчук А. М.**, Дячук М. В., Ваколюк А. І. Маркетинговий аналіз ринку олійного насіння та плодкових маслин. *Modern Economics*. 2019. № 18. С. 197-201. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26593.pdf>.

349. **Танасійчук А. М.**, Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М., Гевчук А. В., Поліщук Н. В. Маркетинг. Навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 290 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26601.pdf>.

350. **Танасійчук А. М.**, Середницька Л. П., Добровольська Н. В. Інформаційне забезпечення системи маркетингових досліджень ринку мінеральної води. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5, Т. 1. С. 245-251. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27374.pdf>.

351. **Танасійчук А. М.**, Сіренко С. О., Касько І. А. Маркетингове дослідження ринку книг. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 38. С. 94-97. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26594.pdf>.

352. **Танасійчук А. М.**, Сіренко С. О., Мартинова Л. Б. Міжнародне маркетингове дослідження ринку ефірних олій. *Modern Economics*. 2021. № 27. С. 56-63. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=28254.pdf>.

353. **Танасійчук А. М.**, Сіренко С. О., Пневський В. В. Формування стратегії просування бренду засобами цифрового маркетингу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 24. С. 161–167. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26588.pdf>.

354. **Танасійчук А. М.**, Шуневич В. А. Маркетингові дослідження ринку корейської косметики в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 25. С. 292–298. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26587.pdf>.

355. **Танасійчук А. М.**, Яцюк І. М., Бунько А.-П. О. Маркетингове дослідження ринку волоських горіхів в Україні. *Modern Economics*. 2020. № 21. С. 204-212. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26577.pdf>.

356. **Танасійчук А.**, Громова О., Шевчук А. Тенденції розвитку програмного забезпечення проведення міжнародних маркетингових досліджень. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2021. № 9, Т. 2. С. 104-111. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27270.pdf>.

357. **Танасійчук А.М.**, Середницька Л. П., Добровольська Н. В. Маркетингове забезпечення процесу вивчення купівельних переваг на ринку обігрівальних приладів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 6, Т. 1. С. 58-64. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=27375.pdf>.

358. **Тарасівська Л. С.,** Волошинович А. О. Чи може замінити нейромережа ChatGPT роботу маркетолога?. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 71. С. 188–193. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/35.pdf.

359. **Тарасюк А. В.** Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/155.pdf.

360. **Татаринцева Ю. Л.,** Пушкар О. І., Другова О. С., Макаренко А. Б. Управління процесами монетизації digital маркетингу в контексті забезпечення фінансового розвитку підприємства. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6. № 1. С. 32–44. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/166/148>.

361. **Темченко Г. В.,** Бондарчук О. М., Астаф'єва К. О. Маркетингова діяльність як спосіб підвищення конкурентоспроможності малих підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 52. С. 115–119. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/52_2021/22.pdf.

362. **Терещенко І. О.,** Яснолоб І. О., Сердюк Р. Є. Адміністрування маркетингової діяльності виробників органічної продукції під час реалізації стратегії еко-інноваційного розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. С. 132–137. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/26.pdf.

363. **Терещенко Т. В.,** Мощанець А. А. Практичні аспекти формування маркетингової спрямованості у діяльності органів місцевого самоврядування. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 2. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/2_2022/33.pdf.

364. **Ткачук С.,** Стахурська С., Стахурський В. Копірайтинг соціальної реклами як інструмент соціального маркетингу: цілі та підходи. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1070/1027>.

365. **Ткачук С.,** Стахурський В. Маркетинг нематеріальної і матеріальної сфер: різниця й специфіка. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1542/1483>.

366. **Ткачук С.,** Стахурський В. Практика копірайтингу та візуалізації у екологічному і етичному маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1446/1391>.

367. **Турчин Л.** Особливості комплексу експортного маркетингу аграрних підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 3. С. 132–139. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/252943>.

368. **Угоднікова О.** Впровадження механізмів публічного маркетингу: зовнішні та внутрішні чинники впливу. *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. Т. 3, № 84. С. 188–192. URL: <http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/246398>.

369. **Успіх Української Асоціації Маркетингу - не випадковість, а закономірність!.** *Маркетинг в Україні*. 2021. № 6. С. 4–9.
370. **Фалюта А. В.,** Пась Я. І. Маркетингове управління розвитком банківського бізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 56. С. 135–139. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/56_2021/25.pdf.
371. **Федорович І.,** Кулина Г. Особливості маркетингу в страховій діяльності. *Світ фінансів*. 2022. № 4. С. 129–141.
372. **Фірсова С. Г.,** Слущка А. П. Маркетинг в соціальних медіа як технологія політичного брендингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2021/91.pdf.
373. **Харченко Т. О.** Соціально-відповідальний маркетинг як основа розвитку підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2019/66.pdf.
374. **Холодний Г. О.** Сучасні особливості та протиріччя інноваційного маркетингу. *Проблеми економіки*. 2023. № 2. С. 190–197. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2023-2_0-pages-190_197.pdf.
375. **Хурдей В. Д.,** Дронова Т. С. Маркетинговий статистичний аналіз веб-сайту університету митної справи та фінансів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 2. С. 105–118. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/305/199>.
376. **Хурдей В.,** Даценко В., Дронова Т., Міщенко Д., Павловська І. Формування маркетингової стратегії управління брендом компанії. *Економічні горизонти*. 2023. № 1(23). С. 4–14. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/272720/270412>.
377. **Цимбаленко Н. В.** Особливості маркетингової діяльності в умовах діджиталізації економіки. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік*: тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19 жовт. 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ, 2021. С. 355–357.
378. **Чайка І.** Маркетингове управління закладом вищої освіти. *Фінансовий простір*. 2020. № 2(37). С. 60–66. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/765/891>.
379. **Чайковська М. П.,** Беленькая Е. П. Сучасні детермінанти та виклики маркетингового менеджменту ІТ-стартап індустрії України. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6, № 3. С. 109–123. URL: <https://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/268/170>.
380. **Череп О. Г.** Маркетинг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2021. 728 с.
381. **Чи потрібен науці маркетинг?.** *Наука та метрика*. 2020. № 4. С. 14–15.

382. **Чирва О.,** Поворозюк І., Малярчук Н. М. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного підприємництва дистенацій. *Економічні горизонти*. 2021. № 3-4(18). С. 97–110. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/253014/250251>.

383. **Чукурна О.,** Кофман В. Маркетингові інструменти просування екологічних брендів в парадигмі сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2234/2157>.

384. **Шапоренко О. І.** Маркетинговий підхід в організації управління діяльністю підприємства. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 5. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/5_2019/6.pdf.

385. **Шевчук П.,** Дергалюк Б. Формування маркетингової політики у сучасному підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1627/1564>.

386. **Шендерівська Л. П.,** Ужвій М. В. Комплекс маркетингу сучасного підприємства. *Економіка & держава*. 2018. № 1. С. 61–65.

387. **Шинкар С.,** Перцович Т. Розвиток маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі у сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1328/1283>.

388. **Шульга Л. В.,** Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2020/65.pdf.

389. **Шульга О.** Напрями удосконалення системи стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 25. С. 110–113. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/552/537>.

390. **Шульга О. А.** Сучасні інструменти маркетингової комунікаційної політики. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 170–174. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/32.pdf.

391. **Шумкова О. В.,** Онопрієнко І. М. Планування міжнародної маркетингової діяльності підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2021. № 6. С. 116–120. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2021/67_2021/23.pdf.

392. **Юрченко Н. Б.** Маркетингова діяльність в умовах глобалізації та розвитку електронної комерції. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/59.pdf.

393. **Яківченко А.** Механізм інноваційного маркетингу промислового підприємства у повоєнний період. *Підприємництво та інновації*. 2023. № 26. С. 63–69. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/569/553>.

394. **Якубовська Н. В.,** Стрільчук Р. М., Хомич С. В. Реалізація маркетингових інструментів у трендах цифровізації спорту та індустрії фітнесу.

Інфраструктура ринку. 2022. Вип. 69. С. 141–145. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/27.pdf.

395. **Янковець Т.** Стратегічне управління цифровим маркетингом. *Вісник КНТЕУ*. 2022. № 5. С. 93–112.

396. **Янчук Т.,** Боєнко О. Впровадження CRM-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2269/2192>.

397. **Ярош-Дмитренко Л.** Роль маркетингового менеджменту в забезпеченні ефективного управління проектами. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1143/1101>.

398. **Яцишина Л.** Маркетингові стратегії для малого підприємства на ринку пивоваріння. *Маркетинг в Україні*. 2018. № 2. С. 55–62.

399. **Яшкіна О. І.,** Савельєв М. С. Стратегії вибору інструментів інтернет-маркетингу в залежності від бізнес-моделей підприємств. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 2. С. 75–83. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/141/126>.

Підготували: завідувач інформаційно-бібліографічного відділу Л. Карпусь, провідний бібліограф Т. Чорна

